

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-26>

УДК 338.481.1:159.9.072

РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ У ФОРМУВАННІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

THE ROLE OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL MANAGEMENT METHODS IN SHAPING THE CORPORATE CULTURE OF A TOURISM ENTERPRISE

Антонюк Катерина Геннадіївна

доктор філософії з економіки, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4566-7792>

Antoniuk Kateryna

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of State University of Trade and Economics

Стаття присвячена дослідженням ролі соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичного підприємства. Визначено, що дані методи допомагають створити сприятливу атмосферу, підвищити мотивацію співробітників, поліпшити взаємовідносини в колективі та, як наслідок, підвищити якість послуг і задоволеність клієнтів. Виокремлено важливість впровадження соціально-психологічних методів менеджменту на туристичному підприємстві, що пояснюється індивідуальністю кожного співробітника, взаємодією в колективі, створенню позитивного іміджу компанії. Завдяки впровадженні цих заходів та застосуванню соціально-психологічних методів менеджменту, корпоративна культура туристичних підприємств формується значно ефективніше, утворює стійкі налагоджені комунікаційні процеси та сприятливий психологічний клімат в колективі, підвищує мотивацію, згуртовує працівників.

Ключові слова: соціально-психологічні методи, менеджмент, корпоративна культура, туристичний бізнес, мотивація.

This article is dedicated to the study of the role of socio-psychological management methods in shaping the corporate culture of a tourism enterprise. It is determined that these methods help create a favorable atmosphere, increase employee motivation, improve interpersonal relationships within the team, and as a result, improve the quality of services and customer satisfaction. The importance of implementing socio-psychological management methods in tourism enterprises is highlighted, which is explained by the individuality of each employee, interaction within the team, and the creation of a positive company image. The article characterizes the socio-psychological management methods most commonly used in the tourism business, namely: communication, motivation, leadership, corporate culture formation, coaching and mentoring, and psychological support. The main forms of implementing these methods in the activities of tourism enterprises are investigated, which consist of organizing team trainings, conducting corporate events, forming a mentoring system, and introducing a motivation program for tourism employees. The article also analyzes the implementation of the role (significance) of socio-psychological management methods in shaping the corporate culture of a tourism enterprise, namely through which processes and actions each method is implemented. The goals of the mentioned methods and ways to achieve them are analyzed, and the main aspects of effective business communication in tourism are characterized. It is proved that the application of socio-psychological management methods in the tourism business contributes to the creation of a positive company image and, accordingly, is reflected in the formation of stable positions in the tourism market. Thanks to the implementation of these measures and the application of socio-psychological management methods, the corporate culture of tourism enterprises is formed much more efficiently, creates stable well-established communication processes and a favorable psychological climate in the team, increases motivation, and unites employees.

Keywords: socio-psychological methods, management, corporate culture, tourism business, motivation.



Постановка проблеми. Сучасний туристичний бізнес характеризується високою конкуренцією та динамічними змінами на ринку. У цих умовах формування сильної корпоративної культури стає одним із ключових факторів успіху туристичного підприємства. Корпоративна культура, як сукупність цінностей, норм і правил поведінки, впливає на мотивацію співробітників, якість обслуговування клієнтів та загальний імідж туристичного підприємства, а під впливом стресових ситуацій змінюються й соціально-психологічні методи менеджменту туристичного підприємства, які потребують детального аналізу та окреслення їхньої ролі у формуванні корпоративної культури у туристичному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень. Існуючі дослідження в області управління персоналом та організаційної поведінки приділяють значну увагу ролі корпоративної культури в досягненні стратегічних цілей організації. Зокрема, даній тематиці присвячено багато праць таких науковців як Зеркаль А. В. [5], Плецан Х. В. [9], Калініченко С. М., Грібіник А. В., Аврята А. В. [6], Данько Н. І., Хмельова О. А. [4] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на важливість цього питання та значну кількість досліджень у даному напрямку, важливим є зосередження уваги на визначенні ролі соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичних підприємств, яка потребує ґрунтовного аналізу та характеристики.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є комплексний аналіз ролі соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи падіння туристичних показників під впливом воєнних подій, можна з впевненістю сказати, що сукупність усіх викликів, які переживає туристична галузь є факторами кризової ситуації, тому необхідним для сфери послуг є формування ефективного антикризового менеджменту туристичних підприємств [2, с. 57]. Аналізуючи всі внутрішні та зовнішні фактори впливу на діяльність туристичних підприємств, можна виокремити соціально-психологічні методи менеджменту у туристичному бізнесі, на які туристичне підприємство може ефективно впливати та впроваджувати, що в результаті формує ефективну внутрішню корпоративну

систему взаємодії та стійкості туристичних кадрів до зовнішніх викликів.

Соціально-психологічні методи менеджменту у туристичному бізнесі створюють основу для ефективного управління персоналом організації, адже базуються на сприйнятті трудових ресурсів як головного ресурсу. Дана група методів спрямована на розкриття потенціалу працівників, звертаючись при цьому до індивідуальних потреб працівника передусім як особистості. Соціально-психологічні механізми закладені в основу корпоративної культури, а отже, в основу корпоративного управління у цілому. Таким чином, удосконалюючи систему соціально-психологічних методів управління персоналом, менеджмент організації вдосконалює всю систему корпоративного управління [10, с. 114].

В основу соціально-психологічних методів покладено закони соціології та психології, а вони, як відомо, відіграють принципово важливу роль у сфері послуг, до якої належить туристична індустрія, зокрема в HR-менеджменті. Соціально-психологічні методи відносяться до інструментів управлінського впливу на персонал і передбачають психологічний вплив на співробітників підприємства, моральне стимулювання, розвиток ініціативи та відповідальності, створення нормального психологічного клімату в колективі тощо. Ці методи можуть бути направлені як на всіх співробітників разом, так і на окремих осіб. Оскільки таке управління забезпечується через взаємодію людей, саме тому керівнику туристичного підприємства в процесі своєї управлінської діяльності необхідно брати до уваги закони динаміки психологічних процесів, міжособистісних відносин та групової поведінки; і це дозволить ефективно впливати на співробітників, а саме на їхню працездатність, мотивацію і, врешті, успішну діяльність підприємства [8, с. 316].

Особливістю формування корпоративної культури туристичних підприємств є впровадження заходів клієнтоорієнтованих технологій менеджменту продаж туристичних послуг, партнерських взаємовідносин, розкриття потенціалу персоналу, формування та розвиток ключових компетенцій кожного працівника підприємства [7, с. 220].

Однією з ключових ролей психології управління є розуміння потреб, мотивації та психологічних особливостей працівників. Керівники, які можуть адаптувати свій стиль керівництва до індивідуальних характеристик персоналу, здатні створювати сприятливу робочу атмос-

феру та мотивувати співробітників до кращої продуктивності. Здатність чітко висловлювати свої ідеї, слухати і розуміти інших, а також використовувати невербальні засоби спілкування може покращити якість взаємодії між керівниками та підлеглими, що в свою чергу позитивно впливає на робочий процес [1, с. 28–29].

Роль ефективного ділового спілкування в туризмі включає декілька ключових аспектів:

- ефективне ділове спілкування з клієнтами дозволяє вивчити їхні потреби, побажання та очікування (вміння слухати і розуміти клієнта допомагає забезпечити індивідуальний підхід до кожного клієнта, що зрештою позитивно впливає на їхню задоволеність та лояльність, адже у туризмі співпраця з різними партнерами, такими як готелі, авіакомпанії, транспортні компанії, є невід'ємною частиною);

- ефективне ділове спілкування з партнерами допомагає побудувати довгострокові та взаємовигідні відносини, обмінюватися інформацією і ресурсами для досягнення спільних цілей (управління туристичним підприємством передбачає співпрацю між різними підрозділами та рівнями управління, а ефективне ділове спілкування в туристичній компанії сприяє обміну інформацією, вирішенню конфліктів, підтримує командний дух і підвищує продуктивність роботи) [1, с. 29].

Аналізуючи вищевказані аргументи щодо ролі соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичного підприємства, вважаємо, що їхня важливість пояснюється такими аспектами:

Індивідуальність кожного співробітника. Кожен працівник – це унікальна особистість зі своїми цінностями, мотивами та потребами. Соціально-психологічні методи дозволяють врахувати індивідуальність кожного, що сприяє підвищенню задоволеності роботою.

Взаємодія в колективі. Туристичний бізнес – це сфера, де важлива командна робота. Соціально-психологічні методи допомагають створити згуртований колектив, де люди готові підтримувати один одного і працювати на спільний результат.

Створення позитивного іміджу компанії. Задоволені співробітники – це запорука успішного бізнесу. Позитивна атмосфера в колективі передається клієнтам, формуючи позитивний імідж компанії.

Охарактеризуємо основні соціально-психологічні методи, що використовуються в туристичному бізнесі (табл. 1).

Основна роль соціально-психологічних методів менеджменту в діяльності туристичних підприємств пояснюється тим, що дані методи дозволяють удосконалити процес управління на підприємстві (рис. 1).

Таблиця 1

Характеристика соціально-психологічних методів менеджменту, що використовуються в туристичному бізнесі

Соціально-психологічний метод	Зміст методу
Комунікація	Відкрита і чесна комунікація між керівництвом і співробітниками, регулярні збори, опитування – все це допомагає створити атмосферу довіри і взаєморозуміння
Мотивація	Розробка систем мотивації, що враховують індивідуальні потреби співробітників, визнання досягнень, надання можливостей для професійного зростання
Лідерство	Розвиток лідерських якостей у керівників, створення атмосфери, де кожен співробітник відчуває свою значимість і може проявити ініціативу
Формування корпоративної культури	Розробка кодексу етики, проведення корпоративних заходів, створення традицій – все це допомагає сформувати унікальну корпоративну культуру
Коучинг і менторинг	Надання індивідуальної підтримки співробітникам, допомога у досягненні їхніх цілей
Психологічна підтримка	Проведення тренінгів з управління стресом, конфліктів, розвитку комунікативних навичок

Джерело: сформовано автором

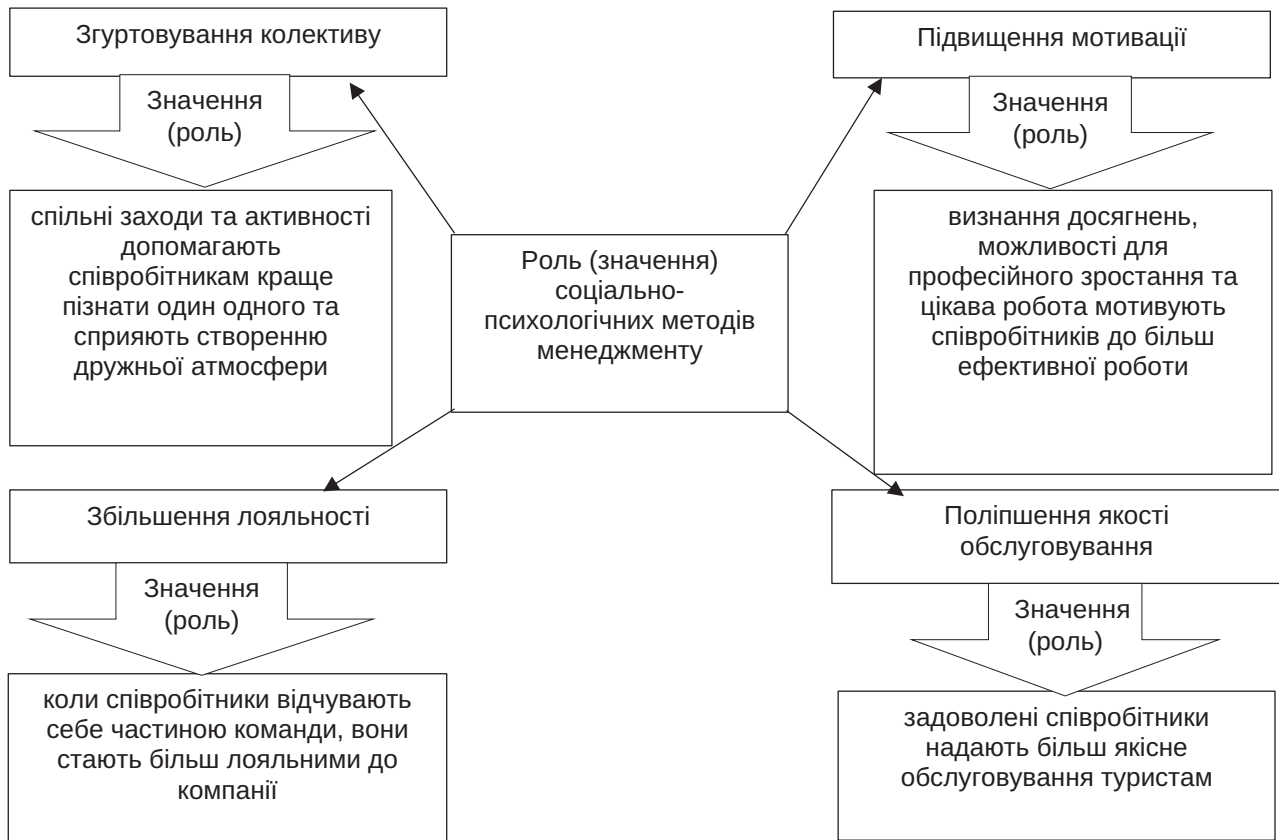


Рис. 1. Роль (значення) соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичного підприємства

Джерело: сформовано автором

У діяльності туристичних підприємств можуть використовуватися різні форми соціально-психологічних методів. До прикладу, це може бути організація командних тренінгів – спільні поїздки, квести, спортивні змагання допомагають зміцнити командний дух; проведення корпоративних свят – дні народження компанії, професійні свята – це прекрасна можливість відзначити успіхи і згуртувати колектив; система наставництва – досвідчені співробітники допомагають новим адаптуватися до роботи в компанії; програми мотивації – бонуси, премії, путівки – це додаткові стимули для співробітників.

Основними цілями цих заходів є:

- створення сприятливого соціально-психологічного клімату, підтримка дружніх відносин в колективі;
- розвиток корпоративної культури;

- налагодження взаємодії між працівниками та різними структурними підрозділами компанії;
- підвищення рівня довіри та взаємодопомоги;
- адаптація нових співробітників у колективі;
- зміцнення авторитету керівництва на неформальному рівні [3, с. 606].

Висновки. Соціально-психологічні методи менеджменту є потужним інструментом для формування позитивної корпоративної культури в туристичному бізнесі. Вони дозволяють підвищити ефективність роботи, залучити і утримати талановитих співробітників, а також створити лояльність клієнтів. Важливо розуміти, що формування корпоративної культури – це тривалий процес, який вимагає систематичної роботи і залучення всіх співробітників компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алексєенко-Лемовська Л. Психологічні аспекти управління в галузі туризму: роль ефективного ділового спілкування. *International Science Journal of Education & Linguistics*. 2024. vol. 3, no. 1. pp. 26–34.
2. Антонюк К. Г. Особливості формування антикризового менеджменту туристичних підприємств України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2024. Випуск 1 (42). С. 54–60.
3. Бановська К. О. Роль командоутворення в туристичній діяльності. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.)*. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 605–607.
4. Данько Н. І., Хмельова О. А. Застосування моделей корпоративних культур на туристичних підприємствах. *Економіка та управління підприємствами. Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 189–194.
5. Зеркаль А. В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу – інноваційні напрями розвитку підприємств: монографія. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. 346 с.
6. Калініченко С. М., Грібіник А. В., Аврята А. В. Формування корпоративної культури як фактора підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 1. С. 158–163
7. Нездоймінов С. Г., Гонцова В. В. Формування корпоративної культури туристичного підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 24. С. 216–221.
8. Писаревський І. М., Соловйов В. А. Сутність соціально-психологічних методів управління та їхня роль у туристичній індустрії. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.)*. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 315–317.
9. Плецан Х. В. Корпоративна культура фахівців сфери туризму: стан, проблеми та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/76.pdf (дата звернення: 12.08.2024)
10. Сазонова Т. О., Федірець О. В., Пучка О. Ю. Соціально-психологічні методи управління персоналом у системі менеджменту сучасної організації. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Випуск 5(22). С. 113–117.

REFERENCES:

1. Aleksieienko-Lemovska L. (2024). Psykholohichni aspekty upravlinnia v haluzi turyzmu: rol efektyvnoho dilovoho spilkuvannia [Psychological aspects of management in the industry of tourism: the role of effective business-communication]. *International Science Journal of Education & Linguistics*. vol. 3, no. 1. pp. 26–34.
2. Antoniuk K. H. (2024). Osoblyvosti formuvannia antykrizovoho menedzhmentu turystychnykh pidpriemstv Ukrainy [Features of the formation of anti-crisis management of tourist enterprises of Ukraine]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vol. 1 (42), pp. 54–60.
3. Banovska K. O. (April 10, 2019). Rol komandoutvorennia v turystychnii diialnosti [The role of team building in tourism]. *Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes: svitovyi dosvid ta perspektyvy rozvytku dlia Ukrainy: materialy Vseukrainskoi nauk.-prakt. konf. Odesa: ONEU*, pp. 605–607.
4. Danko N. I., Khmelova O. A. (2017). Zastosuvannia modelei korporatyvnykh kultur na turystychnykh pidpriemstvakh [Application of Models of Corporate Cultures at Tourism Enterprises]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. Problemy ekonomiky*, № 1, pp. 189–194.
5. Zerkal A. V. (2022). Korporatyvna kultura ta komertsiina svidomist personalu – innovatsiini napriamy rozvytku pidpriemstv [Corporate culture and commercial consciousness of personnel – innovative directions of enterprise development]. monohrafiya [a monograph]. Tallinn: Teadmus OÜ. 346 p.
6. Kalinichenko S. M., Hribnyk A. V., Avriata A. V. (2023). Formuvannia korporatyvnoi kultury yak faktora pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turystychnoho pidpriemstva [Formation of corporate culture as a factor increasing the competitiveness of a tourist enterprise]. *Innovation and Sustainability*, № 1, pp.158–163.
7. Nezdoiminov S. H., Hontsova V. V. (2018). Formuvannia korporatyvnoi kultury turystychnoho pidpriemstva [Formation of the corporate culture of tourist enterprise]. *Infrastruktura rynku*, vol. 24, pp. 216–221.
8. Pysarevskiy I. M., Soloviov V. A. (November 25, 2022). Sutnist sotsialno-psykholohichnykh metodiv upravlinnia ta yikhnia rol u turystychnii industrii [The essence of socio-psychological management methods and their role in the tourism industry]. *Svitovi dosiahnennia i suchasni tendentsii rozvytku turyzmu ta hotelno-restorannoho hospodarstva: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Zaporizhzhia: NU «Zaporizka politekhnika»*. pp. 315–317.
9. Pletsan Kh. V. (2018). Korporatyvna kultura fakhivtsiv sfery turyzmu: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku [Corporate culture of the efficiency of the industry of accommodation: state, problems and prospects of devel-

opment]. *Efektivna ekonomika*, vol. 5. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/76.pdf (accessed August 12, 2024).

10. Sazonova T. O., Fedirets O. V., Puchka O. Iu. (2020). Sotsialno-psykholohichni metody upravlinnia personalom u systemi menedzhmentu suchasnoi orhanizatsii [Socio-psychological methods of personnel management in the management system of the modern organization]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, vol. 5(22), pp. 113–117.